

Umstrittene Rückkehr-Kampagne

Ministerium will nicht dazulernen

Kampagne wirbt für „freiwillige“ Rückkehr von Geflüchteten. Nun lud das Innenministerium KritikerInnen der Aktion zum Gespräch.



Sammelabschiebung abgelehnter AsylbewerberInnen. Wer vorher freiwillig geht, bekommt ein paar Euro
Foto: picture alliance / Patrick Seeger/dpa

Das Bundesinnenministerium muss für eine Plakatkampagne, die für die freiwillige Rückkehr von Geflüchteten in ihre Heimatländer wirbt, seit Wochen heftige Kritik einstecken. Am Montagnachmittag traf sich nun eine Abordnung aus dem Ministerium mit den InitiatorInnen einer Gegenkampagne: Die Online-Petition **„Weg mit #RückkehrWerbung des BMI!“** [<https://www.change.org/p/bmi-bund-weg-mit-r%C3%BCckkehrwerbung-des-bmi-deinezukunftohnehorst>] fand innerhalb kurzer Zeit mehr als 30.000 UnterzeichnerInnen, unter anderem unterstützten die Berliner Ehrenamtlichenorganisation Moabit hilft und die Türkischen Gemeinde in Deutschland die Petition.

Es sei „ein gutes Gespräch“ gewesen, sagte Hannah Hübner, eine der InitiatorInnen, der taz. Konkrete Zusagen seitens des verantwortlichen Stabsleiters für Migration und Rückkehr, Christian Klos, habe es aber nicht gegeben: Weder werde die Kampagne vorzeitig beendet noch habe es die Zusage gegeben, bei zukünftigen Aktionen zum Beispiel Migrant*innenorganisationen mit einzubinden. Mit anderen Worten: Das Innenministerium steht weiter hinter der Kampagne – und der Willen

dazuzulernen, scheint sich in Grenzen zu halten.

Anzeige

„Freiwillige Rückkehr. Dein Land. Deine Zukunft. Jetzt!“, heißt es auf den Werbeplakaten. Unter dem Schriftzug fährt ein stilisierter Zug aus den Nationalflaggen verschiedenster Länder in Richtung einer Heimat, die auf jeden Fall woanders sein soll als in Deutschland. „Jetzt bis zum 31.12.2018 zusätzlich Kosten für die Wohnung im Herkunftsland sichern“, heißt es weiter. Konkret sind damit **bis zu 3.000 Euro**

[<https://www.returningfromgermany.de/de>]

gemeint, die man zum Beispiel in eine „Grundausstattung für Küche oder Bad“ stecken kann.

„Weg mit #RückkehrWerbung des BMI!“, forderte daraufhin die Petition von Hübner und MitstreiterInnen auf der Onlineplattform [change.org](https://www.change.org).

[<https://www.change.org/>] Über 30.000 Menschen hatten bis Montagabend unterschrieben. Die Sprache, die die Rückkehr in oft unsichere Lebensverhältnisse im Stil eines Schnäppchens bewerbe, sei „blanker Hohn“. Zudem bestärke die Kampagne rechtspopulistische Propaganda.

Cihan Sinanoglu, der Sprecher der Türkischen Gemeinde in Deutschland, wiederholte am Montag die Kritik, dass sich auch türkeistämmige Menschen angesprochen fühlten – verständlich, da auch die türkische Flagge in dem Fahnenzug auf dem Plakat zu sehen ist. „Das erinnerte viele an die Rückkehrerprämien Anfang der 80er-Jahre.“

Tatsächlich will das Innenministerium laut eigener Aussage vor allem abgelehnte AsylbewerberInnen ohne Bleibeperspektive ansprechen. Viele von ihnen klagen derzeit vor den Verwaltungsgerichten gegen ihre Ablehnung. „In jedem Fall kann von ‚freiwillig‘ eigentlich nie die Rede sein“, sagt deshalb auch Diana Henniges von Moabit hilft, die das Gespräch am Montag so zusammenfasste: „Ziemlich ernüchternd.“

Berlin

10. 12. 2018



ANNA KLÖPPER

Redakteurin taz.berlin



THEMEN

[#Asylverfahren](#), [#Rückkehrer](#), [#Bundesinnenministerium](#), [#Moabit hilft](#),
[#Türkische Gemeinde in Deutschland](#)

Anzeige